

Designing Core Competencies of Faculty Members in Commercialization of Academic Research Works in Field of Sport

Meysam Noori Khanyourdi¹, Seyed Mohammad Hossein Razavi², Morteza Dosti³ and Saeid Tabesh⁴

1. PhD Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Mazandaran, Iran.
2. Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Mazandaran, Iran.
3. Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Mazandaran, Iran.
4. Assistant Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Mazandaran, Iran.

Received: 30 December 2019

Accepted: 8 June 2020

Extended Abstract

Summary

Commercialization is one of the key steps in the process of economic and social development of societies making research and inventions of the marketable products. Today, the universities, and within them, the competence of the faculty members play an important role in the economic development and commercialization of the research works. Competence of the faculty members is also an important factor in the student success. Therefore, the lack of skills and competencies required by the faculty members can affect their performance and that of the students. Therefore, this work is conducted in order to identify the competencies of the faculty members in the commercialization of the research works. In order to achieve these competencies, a qualitative approach (grounded theory approach-Glaser method) and 19 semi-structured interviews are used. The results obtained show that the core competencies of the faculty members include 74 concepts, 11 categories, and 5 dimensions. Using the findings of this work, the rate of return on investment in the academic research will increase, and as a result, the private sector will be attracted to investing in this area.

Introduction

The faculty members are now one of the key elements in the universities and higher education institutions. The future development of the universities depends on the competencies of the faculty members. Therefore, the aim of this work was to design a model of core competencies of the faculty members in the commercialization of academic research in the field of sports.

Methodology and Approach

This work was a qualitative research work in the field of interpretive-constructive paradigm. In the present work, a semi-structured interview was used as a data collection tool. The statistical population of the work included the faculty members of the physical education colleges, academic entrepreneurs, academic inventors in the field of sports, and the faculty members who are members of the National Elite Foundation. The sampling was performed using the theoretical sampling and targeted judgment.

Results

The results obtained showed that the faculty members required communication, behavioral and technical personality, value, strategic, creative, professional, leadership, financial management, and market

recognition competencies to commercialize.

Results and Conclusions

The higher education system of any society, in order to fulfill its mission, must have qualified and capable professors and human resources in order to be able to show an effective performance in the educational and research processes. To this end, paying attention to the competencies developed in this research work and creating the ground for attracting, developing, guiding, and promoting professors based on these competencies can be very effective and efficient.

Keywords: Competency Model, Professional Development, Faculty Members, Higher Education.

To cite this article:

Nori Khanyourdi, M., Razavi, S. M. H., Dosti, M., & Tabesh, S. (2020). Designing Core Competencies of Faculty Members in Commercialization of Academic Research Works in Field of Sport. *Journal of Human Resource Management in Sport*, 7(2), 367-385.

Corresponding Author: **Mohammad Hossein Razavi**

E-mail: razavismh@yahoo.com

طراحی الگوی شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی در تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی در حوزه ورزش

- میثم نوری خان یوردی^۱، سید محمد حسین رضوی^{۲*}، مرتضی دوستی^۳ و سعید تابش^۴
۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
 ۲. استاد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
 ۳. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
 ۴. استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۰۹

چکیده

هدف: شایستگی‌های اعضای هیأت علمی یک از مهم‌ترین نیازهای تجاری‌سازی یافته‌های دانشگاهی است. قبل از تجاری‌سازی یافته‌های دانشگاهی، اعضای هیأت علمی باید شایستگی‌هایی را داشته باشند یا شایستگی‌های وجودی خود را توسعه دهند تا بتوانند یافته‌های خود و دانشجویان را تجاری‌سازی کنند. هدف از این پژوهش، بهره‌گیری از رویکرد نظریه داده بنیاد در جهت طراحی الگوی شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی در تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی در حوزه ورزش بود.

روش‌شناسی: این پژوهش از نوع پژوهش‌های کیفی و در حوزه پارادایم استقرایی بود. در پژوهش حاضر، از مصاحبه نیمه ساختاریافته به‌عنوان ابزار گردآوری داده‌ها استفاده شده که داده‌های حاصل از آن، با بهره‌گیری از کدگذاری باز، محوری و نظری تجزیه و تحلیل شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل، اعضای هیأت علمی دانشکده‌های تربیت‌بدنی، کارآفرینان دانشگاهی، مخترعین دانشگاهی در حوزه ورزش و اعضای هیأت علمی عضو بنیاد ملی نخبگان بود. نمونه‌گیری با استفاده از نمونه‌گیری نظری و روش قضاوتی هدفمند، انجام و تا رسیدن به اشباع نظری دنبال شد که در مجموع ۱۹ نفر از متخصصان را شامل می‌شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی شامل، ۷۴ مفهوم، ۱۱ مقوله (شایستگی ارتباطی، شایستگی رفتاری، شایستگی فنی، شایستگی شخصیتی، شایستگی ارزشی، شایستگی راهبردی، شایستگی خلاقیت، شایستگی حرفه‌ای، شایستگی رهبری، شایستگی مدیریت مالی، شایستگی شناخت بازار) و ۵ بعد (بعد دانشی- فنی، فردی، ادراکی، مدیریتی و بازاریابی) را شامل می‌شود.

نتیجه‌گیری: الگوی تدوین شده می‌تواند برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در دانشگاه‌ها مؤثر باشد و همچنین می‌تواند به عنوان الگویی برای توسعه شایستگی‌های اعضای هیأت علمی در امر تجاری‌سازی مورد استفاده قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: تجاری‌سازی، اعضای هیأت علمی، الگوی شایستگی، تحقیقات دانشگاهی، صنعت ورزش.

مقدمه

سرعت سریع توسعه فناوری‌های جدید و ارتباطات دیجیتال، منجر به افزایش اهمیت دانش به عنوان یک منبع حیاتی برای به دست آوردن مزیت رقابتی شده است (صادقی و راد، ۲۰۱۸). دانش به محصولات و خدماتی تبدیل می‌شود که در چرخه اقتصاد کشور، مبنای توسعه اقتصاد را تشکیل می‌دهد. توانایی بهره‌گیری از دانش بستگی به سطح دانش کنونی در کشور و نیز ظرفیت تولید دانش توسط نهادهای اقتصادی و نهادهای تحقیقاتی همچون دانشگاه‌ها دارد. در حقیقت، باید بستری فراهم شود تا دانش کنونی و دانش جدید به حوزه‌های تجاری و صنایع منتقل شوند و در شکل فناوری‌های نوین، در تولید محصولات و خدمات مختلف به کار گرفته شوند (مولر^۱، ۲۰۰۶). در واقع، دانش جدید مهم‌ترین درونداد و عامل توسعه نوآوری است و بدین منظور باید قابلیت انتقال آن به فرایندهای تولیدی در بنگاه‌های اقتصادی فراهم شود. تغییر و تحولات در محیط‌های دانشگاهی سبب شده که دیدگاه سنتی به دانشگاه‌ها به‌عنوان تولیدکننده دانش، مورد تجدید نظر قرار گیرد. در دیدگاه امروزی، دانشگاه‌ها در تبدیل دستاوردهای تحقیقاتی خود به عوامل فراهم‌کننده رشد اقتصادی، ثروت جامعه و رفاه عمومی مسئولیت بیشتری دارند و بایستی تلاش‌های زیادی جهت انتقال و به‌کارگیری دانش در بخش‌های، صنعتی، اجتماعی و اقتصادی انجام دهند. از این تلاش‌ها که به‌عنوان تجاری‌سازی نتایج تحقیقات تعبیر شده، به صورت یکی از رسالت‌ها و کارکردهای اصلی دانشگاه‌ها در کنار آموزش و پژوهش، مورد پذیرش قرار گرفته است (عباسی اسفنجانی و دهکردی، ۱۳۹۳).

تجاری‌سازی دانشگاهی، آرمان پیشرفته و جذابی برای آموزش عالی است که موجب بقای دانشگاه‌ها می‌شود (مکی آل آقا، ۱۳۸۶)؛ زیرا امروزه هدف دانشگاه‌ها، تنها تولید علم نیست، بلکه باید به وسیله‌ای برای توسعه اقتصادی تبدیل گردند (رادفر و همکاران، ۱۳۸۸). همچنین در طول سه دهه گذشته توجه به سمت تجاری شدن تحقیقات دانشگاهی، کارآفرینی دانشگاهی و روابط دانشگاه و صنعت به‌طور چشمگیری افزایش یافته است (نلسون و مونسن^۲، ۲۰۱۴). گوررو و اوربانو^۳ (۲۰۱۷)، استدلال می‌کنند که دانشگاه‌ها باید بیش از تولید دانش، وظیفه انتقال دانش و فناوری را انجام دهند و با تقویت رهبری برای ایجاد تفکر کارآفرینی و ارائه یک ساختار مناسب برای تبدیل دانش به شرکت‌های جدید (سرمایه‌گذاری‌های جدید) زندگی مردم را راحت‌تر کنند.

خراسانی و همکاران (۱۳۹۳) معتقد هستند که ارتباطات مؤثر بین دانشگاه و صنعت زمانی اتفاق می‌افتد که دانشگاه‌ها به دنبال انتقال فناوری از طریق تحقیقات کاربردی باشند که این امر بدون نهادینه کردن پژوهش در دانشگاه‌ها و رفع نیازهای آموزشی متخصصان میسر نخواهد شد. دستوم و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش‌های خود نشان دادند که عدم تعامل مناسب بین محیط آکادمیک و بخش اجرایی ورزش (صنعت ورزش)، دلایل ساختاری و برنامه‌ای دارد و بیان کردند که کیفیت نامناسب کلاس مربیگری، طرح تحقیقاتی، سمینار و همایش، کارگاه آموزشی، مربیان و هیأت علمی‌های شاغل در دو بخش، کارورزی- کارآفرینی و نشر، از مهم‌ترین علل ناکارآمدی بین محیط آکادمیک و صنعت ورزش است. کشاورز و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش‌های خود نشان دادند، عامل زیرساخت‌های مالی و اداری، توانمندی‌های محقق، نظام آموزشی، راهبردهای تحقیقاتی و تعاملی، شخصیتی و فرهنگی و شبکه اطلاعاتی بر رفتار دینفعان در تجاری‌سازی تحقیقات فیزیولوژی ورزش تأثیر دارند. یکی از راه‌های که در آن فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی می‌تواند انجام شود و زمینه مناسب برای تحقق دانشگاه کارآفرین و تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی باشد، پشتیبانی از کارآفرینان دانشگاه ازجمله، اعضای هیأت علمی قدرتمند و شایسته در این زمینه است. اعضای هیأت علمی اغلب در قلب انتقال دانش دانشگاه و فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی قرار دارند (لایزیت^۵ و

1. Sadeghi and Rad
2. Mueller
3. Nelson and Monsen
4. Guerrero and Urbano
5. Leisyte

همکاران، ۲۰۰۸). تحقیقات علمی دانشگاه اغلب منجر به ایده‌های جدید نوآورانه می‌شود که ممکن است، محصولات و فرآیندهای جدید و بهبود یافته را به ارمغان بیاورد.

لاکاکانان^۱ (۲۰۰۳) در تحقیقی به بررسی دیدگاه اعضای هیأت علمی دانشگاه کوپیوآدر کشور فنلاند نسبت به روش‌های تجاری‌سازی به این نتیجه رسید که استادان نقش خود را در فرایند تجاری‌سازی به عنوان عامل نسبت به سایر عوامل مهم می‌دانستند. مکانیسم‌های تجاری‌سازی رشته‌های علوم پایه و زیستی، به ثبت اختراعات و صدور پروانه‌های بهره‌برداری تمایل دارند، در حالی که رشته‌های فنی به انعقاد قراردادهای مشترک با صنایع و تشکیل شرکت‌های تجاری اولویت می‌دهند. نوروزی و همکاران (۱۳۹۵)، یکی از راهبردهای تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی را واگذاری طرح از طرف صنایع بر اساس ضوابط و شایستگی استادان عنوان کردند. آنجوس سیلوا^۲ (۲۰۱۰) اشاره می‌کند که شایستگی‌های اعضای هیأت علمی، یکی از مهم‌ترین مسائل مربوط به کیفیت تدریس آنان در دانشگاه‌هاست. کیویان و کین^۴ (۲۰۰۹) نیز، مدلی برای شایستگی اعضای هیأت علمی ارائه دادند که بر اساس آن، توانایی‌های اعضای هیأت علمی به چهار نوع شایستگی شخصی، شایستگی‌های آموزشی، شایستگی‌های تحقیقاتی و شایستگی همکاری تقسیم می‌شود. سلوی^۵ (۲۰۱۰) نیز، شایستگی استادان را به سه دسته شایستگی‌های کلیدی، اساسی و ویژه دسته‌بندی کرده است.

تجاری‌سازی فرآیندی است که طی آن ایده و نتیجه با تولیدات حاصل از بخش‌های تحقیقاتی در دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و بخش‌های صنعتی به محصولات قابل عرضه در بازار تبدیل می‌شود و از این طریق یافته‌های حاصل از تحقیق به بازار آورده می‌شوند و ایده‌های جدید به محصولات جدید با فناوری‌های قابل فروش در سراسر جهان، توسعه می‌یابند (شیئی^۶، ۲۰۱۳). تجاری‌سازی فناوری، خلق محصول، خدمت یا فرآیند جدید مبتنی بر رفع تقاضای جدید است. تجاری‌سازی به انتقال فناوری بسیار نزدیک است؛ به عبارت دیگر فرآیند تجاری‌سازی، همان فرآیند انتقال دانش و فناوری از مراکز تحقیقاتی مانند مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری به صنایع موجود یا کسب‌وکارهای جدید است. در واقع تجاری کردن، فرآیندی است که از طرح کردن و پروردن یک ایده آغاز می‌شود و به سمت تولید (کالا یا خدمات) و در نهایت فروش آن به مشتری (صنعت یا استفاده کننده نهایی) می‌انجامد (سلطانی و فرامرزی، ۱۳۹۰). وزارت علوم و فناوری استرالیا تجاری‌سازی را، روند تبدیل ایده‌ها، دانش و اختراعات به ثروت برای افراد، شرکت‌ها و یا جامعه تعریف کرده است (دولت استرالیا، ۲۰۰۳).

پژوهش‌های مرتبط با شایستگی یکی از مهم‌ترین زمینه‌های تحقیقات و مهم‌ترین روش‌های شناخت صلاحیت‌های شغلی یک حرفه است و هدف اصلی آن، شناخت دانش و مهارت‌های مورد نیاز برای انجام آن حرفه است (چن^۷، ۲۰۰۴). یکی از عوامل مهم برای آموزش افراد واجد شرایط در احراز شغلی، تعیین شایستگی‌های حرفه‌ای آن شغل از طریق تحقیق برای آموزش به افراد است (بارسلونا^۸، ۲۰۰۴). شایستگی در لغت به معنی داشتن توانایی، اقتدار، مهارت، دانش، مطلوبیت و شایستگی است (فتاح پورمرندی و همکاران، ۱۳۹۵). مهارت‌ها، شایستگی‌ها، علوم و ویژگی‌های شخصیتی، جز فاکتورهای موفقیت شغلی محسوب می‌شوند (هارد^۹، ۲۰۰۵). شایستگی «توانایی و آمادگی فرد برای انجام کار با موفقیت و خود سازماندهی در مواجهه با شرایط جدید، غیرمستقیم یا پیچیده، یا به عبارت دیگر، وظایف و توانایی ایجاد راه‌حل برای موقعیت‌های آینده تعریف شده

1. Laukakanen
2. Kvopio University
3. Anjossilva
4. Quin and Quiyan
5. Selvi
6. Hsieh
7. Chen
8. Barcelona
9. Hurd

است (کینکل^۱ و همکاران، ۲۰۱۷). پاریس^۲ و همکاران (۲۰۰۳) شایستگی را به عنوان ترکیبی از مهارت‌ها، دانش و نگرش‌های مورد نیاز برای انجام نقش به طور مؤثر تعریف کرده‌اند؛ به عبارت دیگر، شایستگی‌ها شواهدی هستند که دال بر اینکه فرد دارای ویژگی‌هایی برای عملکرد برتر یا مؤثر است (کاس و برانچ^۳، ۲۰۰۳). راثوش استینر^۴ (۲۰۱۳) معتقدند که شایستگی‌ها مجموعه‌ای از رفتارها (نه لزوماً رفتارهای فردی)، نگرش و باورهایی است که برای موفقیت در کار و حرفه باید در افراد وجود داشته باشد. وانگی و که^۵ (۲۰۰۶) اعتقاد دارد که شایستگی‌های اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها، شامل نتیجه‌گرایی، تعامل مؤثر، روابط میان فردی، مسئولیت‌پذیری، تفکر منطقی، به روز رسانی دانش، خلاقیت و نوآوری است.

شایستگی‌های استادان یکی از عوامل تأثیرگذار بر کیفیت تدریس است. صاحب‌نظران نیز بر این باورند که کیفیت و میزان شایستگی اعضای هیأت علمی، یکی از عوامل مهم در موفقیت دانشجویان است؛ لذا نداشتن مهارت و شایستگی‌های لازم از سوی اعضای هیأت علمی، می‌تواند بر عملکرد اعضای هیأت علمی و دانشجویان تأثیر داشته باشد (رمپایا و سوپراک^۶، ۲۰۱۱). اعضای هیأت علمی به عنوان یکی از عوامل مؤثر در آموزش و تربیت دانشجویان و همچنین در تحقق اثربخشی آموزش کارآفرینی در نظر گرفته می‌شوند. بدیهی است، جهت‌گیری ارزی مدرس کارآفرینی، نقش مهمی در شکل دادن رفتار آن‌ها در روند آموزش کارآفرینی ایفا می‌کنند (محمدی الیاسی و فرخ، ۱۳۹۱). به همین دلیل، شایستگی‌های مدرس کارآفرینی، یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی است که برای آموزش کارآفرینان به کار می‌رود. از این دیدگاه، بسیاری از محققان بر بعد ارزش به عنوان یکی از ابعاد مؤثر شایستگی‌ها و صلاحیت‌های شایستگی‌های مدرس تأکید می‌کنند.

بجانی و همکاران (۱۳۹۷)، شایستگی‌های مدیران سازمان‌های ورزشی را توانایی فنی، توانایی علمی، توانایی شخصیتی، توانمندی ادراکی-عاطفی، مدیریت روابط، توانایی جهانی شدن و توانایی رقابتی عنوان کردند. بهروانی^۷ و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهش‌های خود ۱- شایستگی شناختی (دانش)، ۲- قابلیت‌های وظیفه (مهارت)، ۳- شایستگی اجتماعی (نگرش و رفتار) و ۴- شایستگی‌های فراشناختی (انگیزه‌ها و صفات) را از شایستگی‌های مدیران برشمردند. گانوان^۸ و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش‌های خود با عنوان شایستگی مدیریتی مدیران، مهم‌ترین صفات شایستگی مدیریتی را توسعه خود، برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت، مدیریت مسائل قانونی و اخلاقی عنوان کرد. دی الویرا^۹ (۲۰۱۶) در پژوهش خود نشان داد که شایستگی حرفه‌ای ایده آل شامل، دانش و توانایی برنامه‌ریزی استراتژیک و عملیاتی، توانایی رهبری و نگرش اخلاق بوده است.

هیأت و ویلیامز^{۱۰} (۲۰۱۱)، همکاری با اعضای هیأت علمی، مشاوره، ارائه خدمت، پژوهش و تدریس را پنج شایستگی اساسی اعضای هیأت علمی می‌دانند. سنگری (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان تدوین مدل شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی دانشگاه اسلامی (مورد مطالعه دانشگاه الزهراء^س)، شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی را در شش دسته مهارت فنی، مهارت ادراکی، مهارت رهبری، مهارت میان فردی، ویژگی‌های شخصیتی و ارزش‌ها طبقه‌بندی کرد. رنیو^{۱۱} (۲۰۱۳) شایستگی‌های فرهنگی، آگاهی فرهنگی، دانش فرهنگی، مواجهه فرهنگی، مهارت فرهنگی و تمایل فرهنگی) را برای اعضای هیأت علمی حیاتی ارزیابی می‌کنند. اسماعیل^{۱۲} و همکاران (۲۰۱۵)، در پژوهشی با عنوان چارچوبی برای تجاری‌سازی موفق

1. Kinkel
2. Paris
3. Case
4. Rauch and Steiner
5. Wangyi and Ke
6. Rampai and Sopeerak
7. Bharwani and Talib
8. Gunawan and Aunguroch
9. De Oliveira
10. Hyatt and Williams
11. Reneau
12. Ismail

محصولات پژوهشی دانشگاه‌های مالزی، به این نتیجه رسیدند که دانش، مهارت و صفات شخصی پژوهشگران به عنوان عواملی برای تجاری‌سازی موفق محصولات پایدار است. برینکمن^۱ (۲۰۰۷)، ابعاد و مؤلفه‌های شایستگی تیم مدیران اجرایی شرکت‌های نوپای فناوری بنیان را به صورت شایستگی‌های عمومی، اجتماعی و وظیفه‌ای گزارش کرد. رامب و ماکه‌امل^۲ (۲۰۱۵)، در پژوهش‌های خود در الگوی شایستگی مدیران و مالکان شرکت‌های فناوری در حال ظهور منابع، قابلیت‌ها، عوامل محیطی و محیط سازمانی را شناسایی کردند.

کرد (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان بررسی عوامل مرتبط با توانمندسازی کارکنان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نشان داد، متغیرهای ویژگی‌های سازمانی و شایستگی‌های کارکنان پیش‌بینی کننده بهتری برای توانمندسازی کارکنان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است. وحدانی و قربانی (۱۳۹۵) در تحقیق خود در زمینه طراحی الگوی شایستگی کارآفرینان در صنعت ورزش ایران، شایستگی‌های فردی، علمی و آکادمیکی، شغلی و حرفه‌ای، علم و اصول کارآفرینی و شایستگی‌های متمرکز بر کارآفرینی در صنعت ورزش را جز شایستگی‌های کارآفرینان در صنعت ورزش عنوان کرد. لگادور^۳ (۲۰۱۳) مهم‌ترین شایستگی‌های کارآفرینی را به ترتیب هدف‌گذاری، جستجوی اطلاعات، پایداری، تقاضای کیفیت و انگیزه را در نظر می‌گیرد. نقی‌زاده و همکاران (۱۳۹۴) نشان دادند که کانون کنترل داخلی، چالش طلبی، روشنفکری، عمل‌گرایی، نیاز به موفقیت، تحمل ابهام، ریسک‌پذیری و رؤیاپردازی، به ترتیب مهم‌ترین روحیات کارآفرینانه کارشناسان فدراسیون‌های ورزشی است.

رضایت و همکاران (۱۳۹۰)، در پژوهش‌های خود با عنوان طراحی الگوی شایستگی‌های رؤسای دانشگاه‌های دولتی ایران، ۶۸ شایستگی در قالب هشت مؤلفه دانش، توانایی، مهارت، ویژگی‌های اخلاقی، عاطفی - شخصیتی، بینش، نگرش و اعتبار را بیان کرد. یوهان و جیوهان^۴ (۲۰۰۶)، به شایستگی‌هایی همچون، نتیجه‌گرایی، شهود، تطابق‌پذیری، مشارکت، عفت کلام، مسئولیت‌پذیری، وفاداری، اثرگذاری، مشاوره و روابط بین فردی اشاره دارند. مولورتون و اسمیت^۵ (۲۰۱۰)، شایستگی‌های رهبران آموزش عالی را در پنج بعد طبقه‌بندی کردند: شایستگی‌های تحلیلی (رهبری، کارآفرینی، خلاقیت، تفکر راهبردی و اقدام)، شایستگی ارتباطات (ارتباطات شفاهی و نوشتاری و دیدگاه چندگانه در تصمیم‌گیری)، شایستگی رفتاری (نمایش رفتار با نشاط، غیر خودخواهانه همراه با تمرکز قوی بر افراد حقیقی در سازمان)، شایستگی رهبری امور دانشجو (توجه به نیازهای دانشجویان، روندها و قوانین و شایستگی‌های روابط خارجی ارتباط با گروه‌های مختلف، کار کردن اثربخش با رسانه و شناخت پیشرفت). شایستگی ممکن است، به عنوان یک رابطه بین فردی و وظایف او در یک کار حرفه‌ای درک شود، به عبارتی، آن دانش و مهارتی که برای اجرای مؤثر یک کار خاص مورد نیاز است (وولپنتستا و فلیسیتی^۶، ۲۰۱۱). ابراهیمی (۱۳۹۸) در پژوهش خود با عنوان ارائه چارچوب شناسایی شایستگی‌های مدیران ورزشی بر اساس مدل تصمیم‌گیری چند شاخصه، هفت شایستگی (آگاهی از قوانین و فرآیندهای کسب و کار، آشنایی با دانش و قوانین ورزش، سرپرستی و مدیریت منابع انسانی، مهارت‌های ارتباطی و روابط عمومی، اقتصاد و امور مالی، مهارت‌های رهبری و هوش و آگاهی سیاسی) را برای مدیران ورزشی معرفی کرد.

اگر چه در سال‌های اخیر همکاری‌های دانشگاه و صنعت در برخی زمینه‌ها نظیر، انرژی هسته‌ای و پتروشیمی دستاوردهای مهمی برای کشور به ارمغان آورده است، اما اگر خوب نگاه کنیم، معلوم می‌شود که همکاری بین دانشگاه و صنعت در حوزه ورزش اصلاً وجود ندارد یا خیلی کم است؛ این در حالی است که در دنیای کنونی ورزش دیگر یک تفریح و سرگرمی نیست،

1. Brinckmann
2. Rambe and Makhalemele
3. Laguador
4. Yiyuan and Jianhui
5. Molorton and Smith
6. Volpentesta and Felicetti

ورزش یک صنعت پرسود است که توانایی بالایی در جذب سرمایه‌های خارجی پایدار دارد. ورزش میدان رقابتی نسبتاً سالم برای تقابل ملت‌ها و ابزاری برای انتقال تفکرات فرهنگی است و این بخش اقتصادی ورزش است که این صنعت را پیش می‌برد. رویدادهای ورزشی تاثیرات شگرفی در اقتصاد کشورها ایجاد می‌کنند که ردپای این تاثیرات در مراحل گذار آن‌ها به توسعه‌یافتگی یا ظهور اقتصادی مشهود است. در دنیای معاصر تعداد مدال‌های المپیک و جام‌های جهانی، نمادی از قدرت اقتصادی، سیاسی و عرض اندام ابرقدرت‌های دنیا در مراحل پیشرفت و توسعه است. به طوری که فضای ورزشی از شاخص‌های توسعه یک کشور محسوب می‌شود و از لحاظ سیاسی، صنعت محبوب و برجسته‌ای است که سیاست‌مداران توجه ویژه‌ای به آن دارند. ورزش اینک به صنعتی تبدیل شده که بر شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی کشورها اثر عمیق و با اهمیتی دارد. اکنون آشکار شده است که برنامه‌ریزی برای هر پدیده‌ای، مستلزم دارا بودن نگرش جهانی است و ورزش از این قاعده مستثنی نیست. میزان اهمیت سرمایه‌گذاری در ورزش به یکی از عمده‌ترین چالش‌های دولت‌ها در هزاره سوم تبدیل شده است. به طوری که منافع کلان ورزش، موجب ترغیب سیاست‌گذاران به توسعه آن در جهت کسب سود بیشتر برای خود شده است (نوری خان یوردی، ۱۳۹۵).

باور بر این است که میزان و کیفیت احراز شایستگی اعضای هیأت علمی در هر یک از نقش‌هایی که بر عهده آنان است، نقش مهمی در کیفیت برنامه‌های آموزش عالی و تسهیل یادگیری دانشجویان به‌ویژه در مقاطع تحصیلات تکمیلی دارد (هیأت و ویلیامز، ۲۰۱۱). از این رو در دهه‌های اخیر به دلیل تغییرات در تنوع دانشجویان، فناوری‌ها، انتظارات و احتیاجات دانشی در هر رشته و رقابت بین دانشگاهی، اعضای هیأت علمی را ملزم به بالندگی و توسعه حرفه‌ای مداوم کرده است (گاپا، ۲۰۰۸). از طرفی منابع انسانی در دهه اخیر در معرض تحولات بسیاری قرار گرفته است. این تحولات همه مراتب و وجوه کارکرد منابع انسانی، یعنی متولیان، سیستم‌ها و واحد منابع انسانی را در بر گرفته است. مسئولیت متولیان منابع انسانی به عنوان سکان‌دار کشتی منابع انسانی سازمان‌ها، دو چندان شده است. همان‌گونه که بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد، مسئله طراحی مدل شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی در تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی در حوزه ورزش انجام نشده است؛ لذا محققان در این پژوهش به دنبال شناسایی شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی در تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی در حوزه ورزش هستند و تلاش می‌کنند، الگوی ساختاری شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی در تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی در حوزه ورزش را طراحی کنند.

روش‌شناسی

هدف کلی پژوهش، طراحی مدل شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی در تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی در حوزه ورزش بود. پژوهش حاضر در چهارچوب رویکرد کیفی و با به کارگیری روش نظریه داده بنیاد انجام گرفته است. با توجه به اینکه نظریه برخاسته از داده‌ها با موقعیت این پژوهش تناسب دارد و تبیین خوب و مناسبی از نظریه‌های موجود را بازنمایی می‌کند، به همین دلیل این روش انتخاب شد. روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش، مطالعه کتابخانه‌ای و مصاحبه نیمه ساختاریافته با صاحب‌نظران بوده است. جامعه آماری این پژوهش شامل، اعضای هیأت علمی دانشکده‌های تربیت‌بدنی، کارآفرینان دانشگاهی، مخترعین دانشگاهی در حوزه ورزش و اعضای هیأت علمی عضو بنیاد ملی نخبگان است که با توجه به حیطه پژوهش، تخصص جامعه آماری در این حوزه و کمک گرفتن از اعضای هیأت علمی به نام کشور جامعه آماری با این ترکیب انتخاب شد. جهت نمونه‌گیری از طرح نمونه‌گیری هدفمند و شیوه گلوله برفی استفاده شده است. به این صورت که نخست افراد به‌طور مستقیم توسط محقق بر اساس قضاوت خود از بهترین منابع اطلاعاتی مانند، منابع مکتوب، مشاهده و

مصاحبه با افرادی که تخصصی در این زمینه داشتند، انتخاب شدند و سپس گروه‌های بعدی جهت مصاحبه توسط همین افراد معرفی شده‌اند و نمونه‌گیری تا جایی ادامه پیدا کرد که مدل به حد اشباع نظری رسید که در این پژوهش مدل در مصاحبه ۱۹ به حد اشباع نظری رسید؛ به طوری با ادامه مصاحبه اندیشه جدیدی به وجود نیامد، ولی برای اطمینان از نتایج پژوهش مصاحبه تا ۲۳ نفر ادامه یافت (جدول ۱).

در فرایند تحلیل نظریه داده بنیاد به روش گلیزری (ظاهر شونده) داده‌های مصاحبه‌ای و متنی کدبندی می‌شوند. کدبندی اطلاعات شامل، دو مرحله و سه گام است: کدگذاری واقعی (کدگذاری باز^۱، کدگذاری انتخابی^۲ و کدگذاری نظری^۳). کدگذاری باز: پس از پایان مصاحبه، فرایند کدگذاری باز شروع می‌شود. خروجی مرحله کدگذاری باز، کدهای بنیادی است. کدگذاری باز می‌تواند با کدگذاری سطر به سطر، عبارت به عبارت یا پاراگراف به پاراگراف داده‌ها انجام شود. کدگذاری انتخابی: زمانی که مقوله محوری در فرایند کدگذاری باز به دست آمد، فرایند کدگذاری انتخابی، آغاز شده و مصاحبه‌ها در جهت متغیر محوری، کدگذاری می‌شوند. کدگذاری انتخابی، با کدگذاری برای متغیر محوری، سروکار دارد به عبارتی فرایند تبدیل مفاهیم به مقوله‌ها است. کدگذاری نظری: کدگذاری نظری فرایند یکپارچه‌سازی و بهبود مقوله‌هاست. کدهای نظری، چگونگی ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر را مفهوم‌سازی می‌کنند. کدگذاری باز و انتخابی، به دسته‌بندی، طبقه‌بندی و در واقع تکه تکه کردن داده‌ها می‌پردازد، اما در این مرحله و از طریق کدهای نظری، مفاهیم را به یکدیگر ارتباط می‌دهند.

جدول شماره ۱. مشخصات نمونه

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۶	۸۴/۲
	زن	۳	۱۵/۸
تحصیلات	استادیار	۱۰	۵۲/۶
	دانشیار	۸	۴۲/۱
	استاد تمام	۱	۵/۳
سن	۳۰-۴۰ سال	۴	۲۱
	۴۱-۵۰ سال	۱۲	۶۳/۱
	بیش از ۵۰ سال	۳	۱۵/۹
نوع ارتباط با موضوع تجاری‌سازی در ورزش	اعضای هیأت علمی دانشکده‌های علوم ورزشی	۱۴	۷۳/۶۸
	کارآفرینان دانشگاهی در حوزه ورزش	۳	۱۵/۷۸
	مخترعین دانشگاهی در حوزه ورزش	۱	۵/۲۶
	اعضای هیأت علمی عضو بنیاد ملی نخبگان	۱	۵/۲۶

جدول (۱) نشان می‌دهد که ۸۴ درصد از جمعیت نمونه را مردان و ۱۶ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. ۵۳ درصد از جمعیت نمونه مرتبه علمی استادیاری، ۴۲ درصد مرتبه علمی دانشیاری و ۵ درصد مرتبه علمی استاد تمامی دارند؛ همچنین ۲۱ درصد جمعیت نمونه سن بین ۳۰-۴۰، ۶۳ درصد سن بین ۴۱-۵۰ و ۱۶ درصد بیش از ۵۰ سال سن دارند. ۷۴ درصد جمعیت نمونه

1. Open Coding
2. Axial Coding
3. Selective Coding

اعضای هیات علمی دانشکده‌های علوم ورزشی، ۱۶ درصد کارآفرینان دانشگاهی در حوزه ورزش، ۵ درصد مخترعین دانشگاهی در حوزه ورزش و ۵ درصد اعضای هیأت علمی عضو بنیاد ملی نخبگان بودند.

پایایی بازآزمون کدگذاری

این شاخص را زمانی می‌توان محاسبه کرد که یک متن را در دو زمان کدگذاری کرده باشیم. برای محاسبه پایایی باز آزمون از بین مصاحبه‌ها چند مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب شدند و در یک فاصله زمانی دوباره کدگذاری شدند، سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر کدام از مصاحبه‌ها با هم مقایسه می‌شوند و از طریق میزان توافقات و عدم توافقات در دو مرحله شاخص ثبات برای آن پژوهش‌ها محاسبه می‌شود.

شاخص پیشنهادی زیر برای محاسبه پایایی باز آزمون بین کدگذاری‌های پژوهشگر در دو فاصله زمانی پیشنهاد شده است:

$$\text{درصد پایایی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

در جریان مفهوم سازی، ۵ مصاحبه به طور نمونه در یک فاصله ۳۰ روزه کدگذاری مجدد شد و سپس با مراجعه به کدهای اولیه استخراج شده از آن مصاحبه‌ها و کدهای مجدد، جدول ۲ به دست آمد. همان طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، تعداد کل کدها در فاصله زمانی ۳۰ روزه برابر ۱۵۴، تعداد کل توافقات بین کدها در این زمان، برابر ۷۵ و تعداد کل عدم توافقات در این زمان، برابر ۱۹ بود. پایایی باز آزمون مصاحبه‌های انجام گرفته در این پژوهش با استفاده از فرمول ذکر شده، برابر ۹۷ درصد است. با توجه به اینکه میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است (هومن، ۱۳۹۴)؛ در نتیجه قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است.

جدول ۲. پایایی باز آزمون کدگذاری

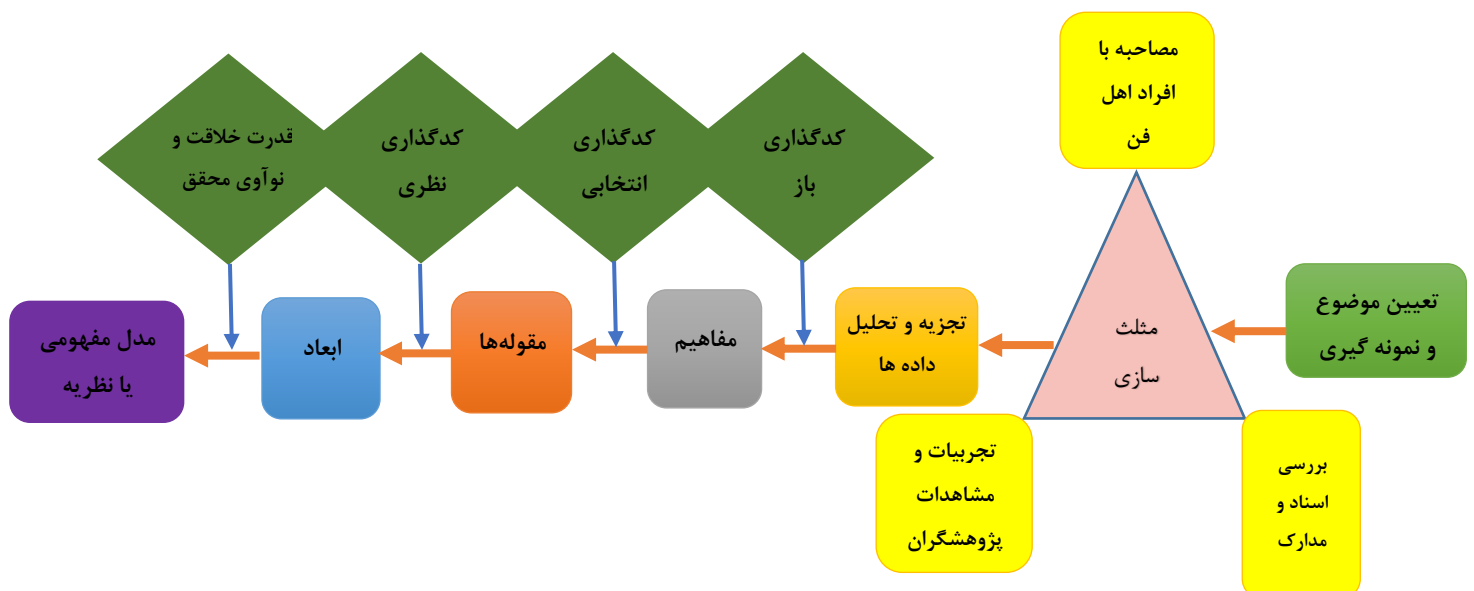
ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	درصد پایایی باز آزمون
۱	P1	۳۲	۱۲	۷	۷۵
۲	P2	۲۵	۱۰	۴	۸۰
۳	P4	۲۹	۱۳	۲	۸۹
۴	P5	۳۳	۱۴	۳	۸۴
۵	P9	۳۵	۱۵	۳	۸۵
کل		۱۵۴	۷۵	۱۹	۹۷

در این پژوهش با استفاده از روش هفت مرحله‌ای کلایزی (۱۹۸۷)، پس از هر بار مصاحبه کدهای اولیه پالایش گردیده و با توجه به میزان سازگاری و تجانس با سایر مفاهیم کشف شده طبقه‌بندی شدند؛ این روش بارها تکرار شد تا پس از تصفیه‌های مکرر، ۷۴ کد، ۱۱ مقوله، ۵ بعد و ۱ طبقه به شرح جدول (۳) شناسایی و دسته‌بندی گردید.

در مرحله نخست در پایان هر مصاحبه و ثبت یادداشت‌برداری‌های میدانی، تمام بیانات و توصیف‌های ارائه شده توسط مصاحبه شونده چند بار گوش داده می‌شود (در صورت ضبط شدن مصاحبه) و یا خوانده می‌شود (در صورت یادداشت‌برداری). هدف از این کار، به دست آوردن و یا «درک یک احساس» و تجارب شرکت کننده است. در مرحله دوم پس از مطالعه همه جملات، عبارات و توصیف‌های مصاحبه‌شونده، جملات مهم استخراج شد. در مرحله سوم تلاش شد تا معنی و مفهوم هر یک از جملات مهم استخراج شود که به این عمل «فرموله کردن معانی» مفاهیم می‌گویند. در مرحله چهارم پس از استخراج مفاهیم، با

«دسته‌بندی مفاهیم مشابه» (مقوله‌هایی) همچون «شایستگی رفتاری» و یا «شایستگی ارتباطی» تشکیل شد. در مرحله پنجم کلیه مقوله استخراج شده به دقت مطالعه شد و بر اساس تشابه مقوله‌ها به هم پیوند داده شد و دسته‌های کلی‌تری به نام ابعاد همچون «شایستگی مدیریتی» و یا «شایستگی ادراکی» تشکیل شد. در مرحله ششم کلیه ابعاد استخراج شده به صورت یک «توصیف جامع و کامل از پدیده تحت مطالعه (شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی) به هم پیوند داده می‌شود و دسته کلی‌تری پدید می‌آید. در مرحله هفتم از طریق مراجعه مجدد به هر یک از شرکت‌کنندگان و انجام یک مصاحبه منفرد و یا انجام جلسه‌های متعدد مصاحبه می‌توان نظر شرکت‌کنندگان را در مورد یافته‌ها پرسید و نسبت به اعتبارسنجی نهایی یافته‌ها، اقدام کرد (مک فارلند و لینینگر، ۲۰۰۲).

شکل ۱ مربوط به مراحل انجام پژوهش است. بعد از تعیین موضوع پژوهش، بررسی اسناد، مصاحبه و تجربیات پژوهشگران در دستور کار قرار گرفت. داده‌های اولیه به دست آمده از مراحل قبل با تجزیه و تحلیل داده‌ها و کدگذاری باز آن‌ها مفاهیم را به وجود آوردند. مفاهیم مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و با کدگذاری انتخابی مقوله‌ها را به وجود آوردند و در نهایت اینکه مقوله با تجزیه و تحلیل و کدگذاری نظری ابعاد را به وجود آوردند.



شکل ۱. مراحل تدوین نظریه داده بنیاد (گلیزری)

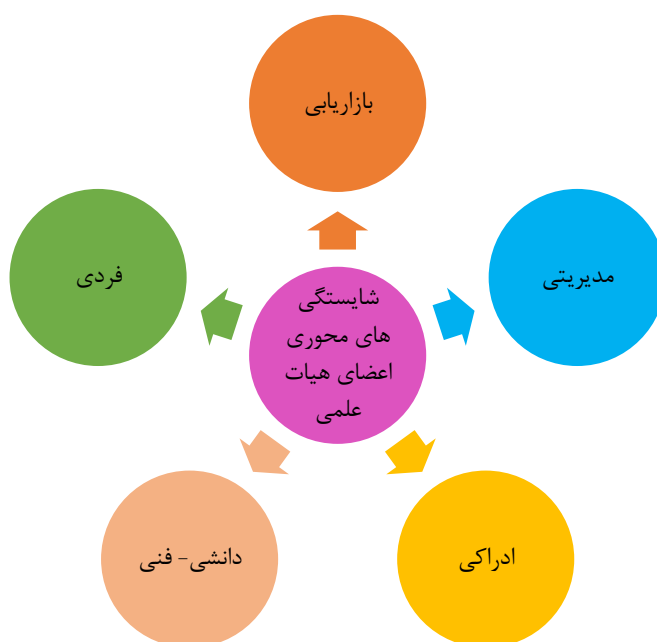
یافته‌ها

جدول ۳ مربوط به اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌ها است که پس از تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها مدل شایستگی اعضای هیأت علمی دانشکده‌های تربیت‌بدنی در تجاری‌سازی یافته‌های دانشگاهی استخراج شد. در بخش مفاهیم، ۷۴ کد به دست آمد که از کدگذاری این بخش ۱۱ مقوله شامل، شایستگی ارتباطی، شایستگی رفتاری، شایستگی فنی، شایستگی شخصیتی، شایستگی ارزشی، شایستگی راهبردی، شایستگی خلاقیت، شایستگی حرفه‌ای، شایستگی رهبری، شایستگی مدیریت مالی و شایستگی شناخت بازار به دست آمد. در ادامه از کدگذاری مقوله‌ها، ابعاد به دست آمد که شامل ۵ بعد دانشی- فنی، فردی، ادراکی، مدیریتی و بازاریابی بود که در نهایت به مدل نهایی ختم شد که در شکل ۲ ملاحظه می‌شود.

جدول ۳. شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی

متغیر وابسته	ابعاد	مقوله	داده‌های به دست آمده از تجربیات و مشاهدات پژوهشگران	داده‌های بدست آمده از مطالعه کتابخانه‌ای	کدهای مصاحبه شوندگان	مفاهیم (کدها)
شایستگی ارتباطی			✓	✓	P1,p3,p4,p7,p9, p18	توانایی برقراری ارتباط با صنعت ورزش و صنایع دیگر
			✓		P1,p2,p5,p8,p13, p17,19	توانایی شبکه‌سازی با صنعت ورزش و صنایع دیگر
				✓	p5,p8,p9,p11, p18,19	توانایی برقراری ارتباط با بازارهای داخلی
			✓	✓	p4,p15,p18,p19	حضور مداوم در جشنواره‌های بین‌المللی ورزشی
			✓		P1,P2,p3, P5,p15, p16,p19	توانایی برقراری ارتباط با شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش
					P7,p8,p13,p15	توانایی مذاکره با مدیران شرکت‌ها و مدیران صنایع ورزشی
			✓		P2,p3, P5,p10,p19	توانایی انجام تجارت بین‌الملل در حوزه ورزش
					P1,p2,p5, p9,10,p16, P2,P5,p7,p9,p14	توانایی شبکه‌سازی در سطح بین‌المللی
				✓		توانایی شبکه‌سازی یا نفوذ در بدنه دولت
			✓		P1,p3, p9,p15,p17,p18	توانایی القای خلق ایده به دیگران (دانشجویان)
شایستگی دانشی-فنی			✓		P1,p2,P6,p8, p9,p10,p19	توانایی هدایت دانشجو برای تجاری‌سازی یافته‌ها
					P1,p4,p14,p15,p16	توانایی انتقال دانش شروع کسب‌وکار و تجاری سازی
					P1,P2,p3, P4,p10	توانایی انتقال دانش ضمنی (تجربه)
			✓		P4,p15,p16,p17	توانایی ارائه مشاوره در بحث تجاری سازی
					P1,p5, p9,p12,13,	توانایی القای انگیزه به دانشجو برای تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی
			✓	✓	P4,P7,p17,p18	آگاهی از حقوق مالکیت فکری
			✓		P2,p6,p10,p12,19	آگاهی از قوانین ثبت اختراع
					P6,p9,19	آگاهی از قوانین و مقررات تجارت
				✓	P1, p9,p10,p13,p17	توانایی ارزیابی ارزش اقتصادی پروژه
			✓	✓	P2,p9,p15,p16,p18	توانایی تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیان
شایستگی رفتاری					P1,p2,P7,p9,p18	توانایی آگاهی از فرآیندهای اعطای تسهیلات مالی
			✓	✓	P1,p11,p14,p15	حضور در همایش‌های بین‌المللی ورزشی
			✓		P2,P3,p10,p11	نترس بودن
			✓		P1,P6,p8,p16,p19	انگیزه و شور اشتیاق استاد
			✓		P1,p4, p9,p19	داشتن انگیزه رقابت
				✓	P2,p10,p14,p16	توانایی یادگیری مداوم
					P4,P5,p10, p9,p17	انعطاف‌پذیری استاد
			✓	✓	P2,P3,p5,p19	داشتن اعتمادبه‌نفس
				✓	P1,p5,p8, p9,p13	ریسک‌پذیر بودن
					P1,p2, P4,p10,p11	داشتن روح ماجراجویی
شایستگی فردی		شایستگی شخصیتی			P2,p7,p15,p17	دقت و اطمینان
					P1, p9,P5,p16,p19	موفقیت طلبی
			✓	✓	P6, p9,p14,p15	داشتن پشتکار
					P2, p9,p14,p15,p19	داشتن فرهنگ خودباوری

		✓	P1, P5,P9,p13,p18	پایبندی به اخلاق و اخلاقمداری و اخلاق پژوهشی
			P4, P5,p6,p8, p9,p14,p18	توانایی حرکت در چهارچوب و قوانین
		✓	P1,p2,P4, p9,p14	ارزش محور بودن
		✓	P4,P3,p13	تفکر استراتژیک
	شایستگی راهبردی		P2, P4,p8,p18	توانایی شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها
	شایستگی راهبردی		P4,p7, p9,p14	توانایی آینده‌نگری
	شایستگی ادراکی		P3,p17,p19	توانایی تحلیل بازار
	شایستگی ادراکی		P2,p6,p15, P11,p17	توانایی پیش‌بینی صنعت ورزش نتیجه‌گرا بودن
	شایستگی خلاقیت	✓	P1,p9,p13	توانایی خلق ایده (ایده پردازی)
	شایستگی خلاقیت	✓	P1,p3, P5, p9,p15	داشتن تفکر خلاق
		✓	P1,p2, p9,p16	داشتن قدرت تحلیل رقبا
			P2, P4,p6,p14,p19	توانایی غلبه بر بحران در پروژه‌های تجاری سازی
		✓	P2, P4,p6, p9,p16	توانایی آگاهی از نوآوری‌ها و دستاوردهای جامعه و صنعت
		✓	P5,P6,p10,p16,p19	توانمند بودن استاد
			P1, P4,p7,p9,13,p17	آگاهی از تغییرات محیطی
	شایستگی حرفه‌ای		P5,p6, p9, P1,p4, P5,p13	توانایی بروز عکس‌العمل به موقع
	شایستگی حرفه‌ای	✓	P5,P7, p9,p18	توانایی مدیریت عملکرد
	شایستگی حرفه‌ای	✓	P5,P8,p9,p10	داشتن دانش حرفه‌ای
	شایستگی حرفه‌ای	✓	P5,P8,p9,p10	توانایی مدیریت دانش
	شایستگی حرفه‌ای		P4, p9,p16,p17	توانایی ارزیابی و سنجش ایده‌ها
	شایستگی مدیریتی	✓	P1, P4,p5,p12	توانایی مدیریت زمان
	شایستگی مدیریتی		P4,P11,p13	برنامه‌ریزی منظم
	شایستگی مدیریتی	✓	P3,p10,p13	توانایی حل تعارض در پروژه‌های تجاری سازی
	شایستگی مدیریتی		P1,p9,p17	توجه به بهره‌وری
	شایستگی مدیریتی		P1, P5,p18,p19	توانایی اولویت‌بندی نیاز جامعه
	شایستگی رهبری	✓	P5,P6,p15,p16	توانایی رهبری افراد
	شایستگی رهبری		P4, P5,p7,p13	توانایی انجام کار تیمی
	شایستگی رهبری		P1,P2, P4, P5,p9,p14	توانایی رهبری پروژه
	شایستگی رهبری	✓	P4,P5,P12	توانایی رهبری تیم
	شایستگی رهبری	✓	P1, P5,p9	توانایی تیم سازی
	شایستگی مدیریت مالی	✓	P5,P13,p14,p18	توانایی مدیریت هزینه‌ها
	شایستگی مدیریت مالی		P1,p2, P4,p8,p14	توانایی جذب سرمایه
	شایستگی مدیریت مالی		P4,P5,P14,p15,p18,p19	توانایی تأمین مالی پروژه‌های ورزشی از بخش خصوصی یا دولتی
	شایستگی شناخت بازار یا بازاریابی		P4,P5,p7,p13,p16	توانایی شناخت بازار بین‌الملل
	شایستگی شناخت بازار یا بازاریابی	✓	P5,P8,p11,p17	توانایی نیازسنجی
	شایستگی شناخت بازار یا بازاریابی	✓	P1, P4,p9,p19	توانایی درک یا شناسایی نیاز جامعه (مشکل جامعه)
	شایستگی شناخت بازار یا بازاریابی		P5,p9,P14,p17	توانایی شناسایی مشتریان
	شایستگی شناخت بازار یا بازاریابی		P2, P5,p16,p17,p18	توانایی حل مسئله جامعه (حل مشکلات)
	شایستگی شناخت بازار یا بازاریابی		P1,p2, P4, P5,p6,p9,p12,	تمرکز بر بازار



شکل ۲. مدل کیفی پژوهش؛ الگوی شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی در تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی در حوزه ورزش

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف طراحی الگوی شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی در تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی در حوزه ورزش انجام گرفته است. اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها به واسطه ارتباط مستقیم و نزدیک در تربیت نیروی انسانی ماهر و متخصص و کمک به تجاری‌سازی نتایج تحقیقات دانشگاهی، از سهم و اهمیت قابل توجهی در توسعه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و کارآفرینی جامعه و علی‌الخصوص کمک به صنعت ورزش برخوردار هستند. محیط رقابتی در سطح دانشگاه‌ها و دانشکده‌ها و همچنین رفع نیازهای بازار نیازمند، توانایی‌ها، صلاحیت‌ها و شایستگی‌هایی است که بتواند در صحنه رقابت بهتر عمل کند و نیازهای بازار را سریع‌تر شناسایی کرده و به موقع عکس‌العمل نشان دهد. یکی از راه‌های موفقیت در صحنه رقابت، افزایش کیفیت فعالیت‌های دانشگاهی است که افزایش کیفیت فعالیت‌های دانشگاهی، نیازمند این است که اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها باید برخی از شایستگی‌ها را در خود داشته باشند تا بتوانند موفق ظاهر بشوند. از طرفی این شایستگی‌ها می‌تواند به عنوان معیاری برای جذب، ارزیابی، آموزش، توسعه و پاداش اعضای هیأت علمی مورد استفاده قرار گیرد. به منظور تجاری‌سازی، یافته‌های دانشگاهی در حوزه ورزش نیازمند مدلی است که با استفاده از آن اعضای هیأت علمی بتوانند به نقاط قوت و ضعف خود پی ببرند و در جهت توسعه و بهبود توانایی‌های خود و دانشگاه تلاش کنند.

کدگذاری داده‌ها نشان می‌دهد که شایستگی‌های اعضای هیأت علمی در تجاری‌سازی یافته‌های دانشگاهی در ۵ بعد، دانشی-فنی، فردی، ادراکی، مدیریتی و بازاریابی را شامل می‌شود. منظور از بعد دانشی-فنی، شایستگی‌های ارتباطی، رفتاری و فنی است. اعضای هیأت علمی برای تجاری‌سازی باید بتوانند ارتباطات خوبی با سهامداران و ذینفعان برقرار کنند. فرایند تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی، نیازمند تشکیل شبکه ارتباطی است و بدون برقراری ارتباط با دیگران شاید بتوان گفت که تجاری‌سازی غیرممکن می‌شود و از طرفی اعضای هیأت علمی باید افراد کلیدی و تاثیرگذار را بشناسند و به نحوی با آن‌ها ارتباط برقرار کنند تا به واسطه آن ارتباط بتوانند طرح‌ها یا یافته‌های خود را تجاری‌سازی کنند؛ همچنین اعضای هیأت علمی دانشگاه برای تجاری‌سازی باید یک سری رفتارهای را داشته باشند که زمینه را برای تجاری‌سازی یافته‌های دانشگاهی فراهم می‌کند و این رفتارها اساس و پایه تجاری‌سازی یافته‌های آن‌ها را تشکیل می‌دهد؛ همچنین شایستگی فنی از الزامات تجاری‌سازی تحقیقات

دانشگاهی است، زمانی یک عضو هیأت علمی آشنایی کاملی با قوانین و مقررات دارد با سرعت بیشتری جلو می‌رود و ساختار و چهارچوب‌ها را می‌شناسد و بهتر عکس‌العمل نشان می‌دهد، مقایسه نتیجه پژوهش با مطالعات گذشته نشان می‌دهد که نتایج این بخش پژوهش با یافته‌های عباسی اسفنجانی و فروزنده دهکردی (۱۳۹۳)، بهروانی و همکاران (۲۰۱۷)، دی الویرا (۲۰۱۶)، گانوان و همکاران (۲۰۱۷)، مرنندی و همکاران (۲۰۱۶) و اوگینکو (۲۰۱۱) همسو است. منظور از بعد فردی، مجموعه شایستگی‌های شخصی و ارزشی است. اعضای علمی در درجه اول باید ویژگی‌هایی را داشته باشند که لازمه پیشرفت آن‌ها در حوزه خود است، اعضای هیأت علمی در وهله اول باید ویژگی‌هایی مانند، انگیزه، شور و اشتیاق، اعتمادبه‌نفس را داشته باشند تا بتوانند گام‌های موثرتری برای تجاری‌سازی یافته‌های خود بردارند. از طرفی ویژگی‌های ارزشی نیز، جز باید‌های رفتار یک عضو هیأت علمی است که باید در وجود اعضای هیأت علمی جلوه کند و ارج نهادن به ارزش‌های اخلاقی نشانگر پایداری اعضای هیأت علمی با اصول و فلسفه اخلاق است. اعضای هیأت علمی دانشگاه باید در تلاش باشند تا تحت هر شرایطی از اصول اخلاقی تخطی نکنند، هرچند که در آن کار سودی برای آن‌ها به دست می‌آید. مقایسه نتیجه پژوهش با مطالعات گذشته نشان می‌دهد که نتایج این بخش پژوهش با یافته‌های رضایت و همکاران (۱۳۹۰)، عباسی اسفنجانی و فروزنده دهکردی (۱۳۹۳)، بهروانی و همکاران (۲۰۱۷)، دی الویرا (۲۰۱۶)، گانوان و همکاران (۲۰۱۷)، مرنندی و همکاران (۲۰۱۶) و یوهان و جیوهان (۲۰۰۶)، همسو است. منظور از بعد ادراکی، شایستگی‌های خلاقیت و راهبردی است. اعضای هیأت علمی نیاز بیشتری به شایستگی راهبردی دارند. از آنجایی که شایستگی راهبردی توانایی دیدن برای شناخت عناصر و اجزای مهم در یک موقعیت و درک روابط بین عناصر است، اعضای هیأت علمی باید توانایی آینده‌نگری، توانایی تحلیل آینده بازار و توانایی تحلیل صنعت ورزش را در درازمدت داشته باشند؛ همچنین داشتن خلاقیت کمک خواهد کرد که ایده‌های خوبی به وجود بیاید، این به تولید و تجاری‌سازی دانش کمک زیادی خواهد کرد. اعضای هیأت علمی خلاق، خیلی بهتر و سریع‌تر مشکلات را حل می‌کنند و راه‌حل‌های مناسبی را ارائه می‌دهند که این شایستگی به نوبه خود باعث ایجاد مزیت رقابتی خواهد شد. مقایسه نتیجه پژوهش با مطالعات گذشته نشان می‌دهد که نتایج این بخش پژوهش با یافته‌های سنگری (۱۳۹۶)، فتاح‌پورمرندی (۱۳۹۵)، وحدانی و قربانی (۱۳۹۵) و یوهان و جیوهان (۲۰۰۶)، همسو است. منظور از بعد مدیریتی شایستگی‌های مدیریت مالی، رهبری و حرفه‌ای است. یکی از متغیرهای مهم در دانشگاه‌ها و دیگر سازمان‌ها، شایستگی مدیریتی است. اعضای هیأت علمی برای موفقیت در صحنه تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی باید شایستگی‌های مدیریتی را در خود توسعه و بهبود ببخشند. این شایستگی‌های مدیریتی است که اعضای هیأت علمی را منحصربه‌فرد خواهد ساخت و باعث خواهد شد که نتایج تحقیقات با کیفیت و کمیت بهتری تجاری‌سازی شود؛ همچنین بعد بازاریابی گویای این است که اعضای هیأت علمی باید بازار را به خوبی بشناسند و به صورت تخصصی تحلیل کنند و نیازهای بازار و مشتریان را بشناسند و تحقیقات را به سوی نیازهای جامعه سوق دهند. مقایسه نتیجه پژوهش با مطالعات گذشته نشان می‌دهد که نتایج این بخش پژوهش با یافته‌های هیأت و ویلیامز (۲۰۱۱)، رنیو (۲۰۱۳)، اسماعیل و همکاران (۲۰۱۵)، برینکمن (۲۰۰۷) رامب و ماکه‌الممل (۲۰۱۵)، الگادور (۲۰۱۳)، مولورتون و اسمیت (۲۰۱۰)، بهروانی و همکاران (۲۰۱۷)، دی الویرا (۲۰۱۶)، گانوان و همکاران (۲۰۱۷)، مرنندی و همکاران (۲۰۱۶) و کیویان و کین (۲۰۰۹) همسو است.

بررسی ادبیات موضوع و مطالعات داخلی و خارجی صورت گرفته، نشان می‌دهد که مدل ارائه شده در این پژوهش، شایستگی‌های کامل‌تری را در ۵ طبقه مورد توجه قرار داده و با ارائه مدلی جامع از شایستگی‌های محوری، تمامی شایستگی‌های لازم برای یک استاد را مورد ارزیابی قرار داده است که در مطالعات گذشته این دیدگاه کل‌نگر مد نظر قرار نگرفته است. امروزه وظیفه دانشگاه صرفاً تولید دانش نیست، بلکه تجاری‌سازی دانش‌های تولید شده است که این تجاری‌سازی باید از دانشجویان و اعضای هیأت علمی شروع شود. برای تجاری‌سازی پژوهش‌های که محققان داخل دانشگاه انجام می‌دهند، نیازمند

یک سری اقداماتی است که باید به ترتیب مرحله انجام شود تا نتایج این پژوهش‌ها تجاری‌سازی شود که این اقدامات نیازمند داشتن یک سری ویژگی‌ها (شایستگی‌ها) است که باید در اعضای هیأت علمی وجود داشته باشد و یا تلاش کنند، این شایستگی‌ها را در خود ایجاد کنند یا توسعه دهند. مدل به دست آمده در این پژوهش با در نظر گرفتن تمامی جوانب یک مدل کامل از شایستگی‌های لازم برای تجاری‌سازی یافته‌های دانشگاهی به اعضای هیأت علمی و جامعه دانشگاهی معرفی کرده است که لازم است در نظام ارزشیابی و ارتقا اعضای هیأت علمی مدنظر قرار گیرد. این مدل کمک خواهد کرد که اعضای هیأت علمی شایستگی‌های لازم را در خود توسعه دهند که به دنبال آن رونق اقتصاد و درآمدزایی را برای دانشگاه به ارمغان خواهد آورد.

در آخر اینکه دانشگاه‌ها اساس ارزیابی عملکرد جذب، آموزش، ارتقا و اعضای هیأت علمی را مدل شایستگی‌ها قرار دهند؛ چرا که یکپارچه‌سازی زیرسیستم‌های منابع انسانی، افزایش بهره‌وری دانشگاه، توسعه اعضای هیأت علمی و دانش‌آموختگان شایسته را در پی خواهد داشت. کاربردی و اجرایی نبودن پژوهش‌های انجام شده در قالب پایان‌نامه، رساله، مقاله و طرح‌های پژوهشی منجر به افزایش نرخ بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاه شده است که نیازمند بازنگری در جذب افراد در دانشگاه است؛ همچنین باید از اعضای هیأت علمی نمونه آموزشی و پژوهشی قدردانی شود که با تکیه بر شایستگی‌هایی خود در عرصه تجاری‌سازی و کارآفرینی موفق ظاهر شدند که ضمن ترغیب ایشان و ایجاد انگیزه بهبود در دیگران، زمینه برای به اشتراک گذاشتن دانش ضمنی و تجارب موفق ایشان برای همگان از طریق ایجاد سیستم مدیریت دانش در دانشگاه فراهم شود.

منابع

- ابراهیمی، الهام. (۱۳۹۸). ارائه چارچوب شناسایی شایستگی‌های مدیران ورزشی بر اساس مدل تصمیم‌گیری چند شاخصه. نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش، ۷(۱)، ۱۷-۱.
- بجانی، ابوالفضل؛ شهلایی، جواد؛ کشکر، سارا و غفوری، فرزاد. (۱۳۹۷). ساخت و اعتباریابی پرسشنامه شایستگی‌های مدیران سازمان‌های ورزشی. منابع انسانی در ورزش، ۵(۲)، ۲۶۳-۲۷۵.
- خراسانی، اباصلت؛ زاهدی، حسین و کمیزی، اکبر. (۱۳۹۳). طراحی و تدوین مدل شایستگی‌های مدیریت بر کسب و کار، آموزش و توسعه منابع انسانی، ۱(۳)، ۲۱-۱.
- دستوم، صلاح؛ رضانی نژاد، رحیم؛ بنار، نوشین و رسولی، رحیم. (۱۳۹۲). بررسی تعامل بین محیط آکادمیک و صنعت ورزش ایران براساس تحلیل اسناد و ساختار. مدیریت و توسعه ورزش، ۲(۶)، ۹۱-۱۰۹.
- رادفر، رضا؛ خمسه، عباس و مدنی، حسام‌الدین. (۱۳۸۸). تجاری‌سازی فناوری، عوامل مؤثر در توسعه فناوری و اقتصاد، نشریه رشد، ۵(۲۰)، ۳۳-۴۰.
- رضایت، غلامحسین؛ یمینی دوزی سرخابی، محمد؛ کیامنش، علیرضا و نوه ابراهین، عبدالرحیم. (۱۳۹۰). طراحی الگوی شایستگی‌های رؤسای دانشگاه‌های دولتی ایران، نشریه آموزش عالی ایران، ۴(۱۳)، ۸۴-۴۷.
- سلطانی، حامد و فرامرزی، کرد. (۱۳۹۰). تجاری‌سازی؛ عاملی مؤثر در رشد بنگاه‌های دانش بنیان و توسعه اقتصاد ملی. پارک فناوری پردیس، ۹(۲۲)، ۳۳-۱۴.
- سنگری، نگین. (۱۳۹۶). تدوین مدل شایستگی‌های محوری اعضای هیأت علمی دانشگاه اسلامی (مورد مطالعه دانشگاه الزهراء^(س)). مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۶(۱۳)، ۴۵-۶۰.
- عباسی اسفنجانی، حسین و فروزنده دهکردی، لطفاله. (۱۳۹۳). شناسایی و تبیین عوامل تعیین کننده در تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی با استفاده از الگوی سه شاخگی. نشریه سیاست علم و فناوری، ۶(۴)، ۳۴-۲۰.

فتاح پورمرندی، مرتضی؛ کاشف، سید محمد؛ سید عامری، میرحسن و شجاع، رضا. (۱۳۹۵). تدوین الگوی شایستگی‌های شغلی مدیران ورزشی (مطالعه موردی: مدیران ادارات کل ورزش و جوانان استان‌ها). مطالعات مدیریت ورزشی، ۹(۴۲)، ۱۶۳-۱۸۴.

کرد، باقر. (۱۳۹۱). بررسی عوامل مرتبط با توانمندسازی کارکنان کسب و کارهای کوچک و متوسط خدماتی. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۵(۱۵)، ۱۱۳-۱۳۴.

کشاوری، لقمان؛ فراهانی، ابوالفضل و علیزاده گلریزی، ابوالفضل. (۱۳۹۶). تحلیل عوامل موثر بر رفتار دینفعان در تجاری‌سازی پژوهش‌های ورزشی. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۴(۳)، ۲۰-۱۱.

محمدی الیاسی، قنبر و فرخ، شیما. (۱۳۹۱). شناسایی ارزش‌های مطلوب مدرسان کارآفرینی برای پرورش کارآفرینان نوپا در دانشگاه. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۰(۲۶)، ۱۵۴-۱۲۹.

مکی آل آقا، بدیع الزمان. (۱۳۸۶). نقش دانشگاه در توسعه کارآفرینی. اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، ۲(۴)، ۱۱۵-۱۲۷.
نقی‌زاده، حسن؛ کتبی، فرشته و کشتی‌دار، محمد. (۱۳۹۴). اولویت بندی و تعیین رابطه بین روحیات کارآفرینانه کارشناسان فدراسیون های ورزشی. مطالعات مدیریت ورزشی، ۷(۲۸)، ۷۰-۵۵.

نوروزی، توران؛ دل انگیزان، سهراب و رضایی؛ بیژن. (۱۳۹۵). طراحی مدل تجاری‌سازی یافته‌های پژوهشی دانشگاهی. توسعه کارآفرینی، ۹(۳)، ۵۷۲-۵۵۳.

نوری خان یوردی، میثم. (۱۳۹۵). اولویت‌بندی و تحلیل موانع کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دانشجویان، اعضای هیأت علمی و مدیران ورزشی شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه تهران، دانشکده تربیت بدنی.
وحدانی، محسن و قربانی، محمد حسین. (۱۳۹۵). طراحی الگوی شایستگی‌های کارآفرینان در صنعت ورزش ایران. مطالعات مدیریت ورزشی، ۸(۳۹)، ۲۲۸-۲۰۵.

Australian Government. (2003). Mapping Australian Science and Innovation: Main Report, p. 37.

Barcelona, B., & Ross, C. M. (2004). An Analysis of the Perceived Competencies of Recreational Sport Administrators. *Journal of Park & Recreation Administration*, 22(4), 25-42.

Bharwani, S., & Talib, P. (2017). Competencies of hotel general managers: A conceptual framework. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 393-418.

Brinckmann, J. (2007). Competence of top management teams and success of new technology-based firms. Publisher Gabler, Frankfurt: Deutscher Universitäts-Verlag, 86-114.

Case, R., & Branch, J. D. (2003). A study to examine the job competencies of sport facility managers. *International sports journal*, 7(2), 25.

Chen, C. Y. (2004). An examination of the competencies needed by sport managers in Taiwan. University of Idaho.

De Oliveira, J. F. (2016). The importance of information technology as a strategic resource for hospital management process and the management skills required for managers. *International Journal of Business and Social Research*, 6(4), 34-47.

Gappa, J. M. (2008). Today's majority: Faculty outside the tenure system. *Change: The Magazine of Higher Learning*, 40(4), 50-54.

- Guerrero, M., & Urbano, D. (2017). The impact of Triple Helix agents on entrepreneurial innovations' performance: An inside look at enterprises located in an emerging economy. *Technological Forecasting and Social Change*, 119, 294-309.
- Gunawan, J., & Aunguroch, Y. (2017). Managerial competence of first-line nurse managers: A concept analysis. *International journal of nursing practice*, 23(1), e12502.
- Hsieh, C. H. (2013). Patent value assessment and commercialization strategy. *Technological Forecasting and Social Change*, 80(2), 307-319.
- Hyatt, L., & Williams, P. E. (2011). 21st century competencies for doctoral leadership faculty. *Innovative Higher Education*, 36(1), 53-66.
- Ismail, K., Anuar, M. A., Omar, W. W., Aziz, A. A., Seohod, K., & Akhtar, C. S. (2015). Entrepreneurial intention, entrepreneurial orientation of faculty and students towards commercialization. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 181, 349-355.
- Kinkel, S., Schemmann, B., & Lichtner, R. (2017). Critical Competencies for the Innovativeness of Value Creation Champions: Identifying Challenges and Work-integrated Solutions. *Procedia Manufacturing*, 9, 323-330.
- Laguador, J. M. (2013). A correlation study of personal entrepreneurial competency and the academic performance in operations management of business administration students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(5), 61-70.
- Laukkanen, M. (2003). Exploring Academic Entrepreneurship: Drivers and Tensions of University-based Business. *Journal of small Business and Enterprise Development*, 10(4), 372-382.
- Leninger, M., & McFarland, M. R. (1995). *Transcultural nursing: Concepts, theories, research, and practice*. Columbus, OH: McGraw-Hill College Custom Series.
- Leisyte, L., van der Steen, M., & Enders, J. (2008). Beyond the Isomorphic View of the Academic Entrepreneur; An empirical exploration of norms and values of knowledge dissemination of university scientists. Georgia Institute of Technology.
- Marandi, M. F., Kashef, S. M., Ameri, M. H. S., & Shajie, R. (2016). Competence Based Management: An Approach towards Effectiveness. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(4 S2), 189-196.
- Mueller, P. (2006). Exploring the knowledge filter: How entrepreneurship and university-industry relationships drive economic growth. *Research policy*, 35(10), 1499-1508.
- Nelson, A. J., & Monsen, E. (2014). Teaching technology commercialization: introduction to the special section. *The Journal of Technology Transfer*, 39(5), 774-779.
- Paris, R. H., & Zeigler, E. F. (2003). Management competencies as viewed by selected educational administration in physical education and sport in Ontario. *cahper J*, 49, 27-30.
- Rambe, P., & Makhalemele, N. (2015). Relationship between managerial competencies of owners/managers of emerging technology firms and business performance: A conceptual framework of internet cafés performance in South Africa. *The International Business & Economics Research Journal*, 14(4), 677-690.
- Rampai, N., & Sopeerak, S. (2011). The Development Model of Knowledge Management via Web-Based Learning to Enhance Pre-Service Teacher's Competency. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 10(3), 249-254.

- Rauch, F., & Steiner, R. (2013). Competences for education for sustainable development in teacher education. *CEPS Journal: Center for Educational Policy Studies Journal*, 3(1), 9-24.
- Reneau, M. (2013). Teaching nurses sight unseen: comparing the cultural competency of online and on-campus BSN faculty. *Journal of Transcultural Nursing*, 24(1), 78-85.
- Sadeghi, A., & Rad, F. (2018). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management and innovation. *Management Science Letters*, 8(3), 151-160.
- Selvi, K. (2010). Teachers' competencies. *Cultura International Journal of Philosophy of Culture and Axiology*, 7(1), 167-175.
- Volpentesta, A. P., & Felicetti, A. M. (2011, February). Competence mapping through analysing research papers of a scientific community. In *Doctoral Conference on Computing, Electrical and Industrial Systems*, 9(11), 33-44.
- Wangyi, D., & Ke, X. (2006). The structure dimensions of the competency of the college teachers. *Exploration of the Higher education*, 4, 89-92.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

نوری خان یوردی، میثم؛ رضوی، سید محمد حسین؛ دوستی، مرتضی و تابش، سعید. (۱۳۹۹). طراحی الگوی شایستگی های محوری اعضای هیأت علمی در تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی در حوزه ورزش. *نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش*، ۷(۲)،

۳۸۵-۳۶۷
